

事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

上位の施策名称	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
---------	---------------------

1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長	環境生活総務課消費とくらしの安全室長	城市賢二	電話番号	0852-22-6094
----------	--------------------	------	------	--------------

事務事業の名称	消費者啓発推進事業	
目的	(1) 対象	消費者
	(2) 意図	自立のかつ合理的に行動し、消費者被害に遭わないよう、消費生活に関する正しい知識を得る。
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 消費者市民社会の形成を図るため、消費者問題に関する出前講座を開催する。 消費者市民社会の形成を図るため、啓発資料を作成し、情報提供を実施する。 消費者市民社会の形成を図るため、様々な媒体（新聞、テレビ、ラジオ、SNS）を活用して必要な情報を提供する。 消費生活相談窓口及び消費者ホットラインの周知を実施する。 必要な金融知識の普及を図るため、中立・公正な立場から金融に関する広報活動を実施する。 	

2. 成果参考指標

成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	
1	指標名	消費者問題出前講座への実施回数	目標値	170.0	170.0	170.0	170.0	170.0	回
	式・定義	実施回数	実績値	184.0	185.0	181.0			
			達成率	108.3	108.9	106.5	-	-	
2	指標名	消費生活に関する情報の提供回数	目標値	500.0	500.0	500.0	500.0	500.0	%
	式・定義	提供回数	実績値	486.0	1,119.0	1,747.0			
			達成率	97.2	223.8	349.4	-	-	

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費 (b) (千円)	5,248	4,522
うち一般財源 (千円)	3,693	2,950

4. 改善策の実施状況

前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況	②改善策を実施した（実施予定、一部実施含む）
---------------------	------------------------

5. 評価時点での現状（客観的事実・データなどに基づいた現状）

- 出前講座は、必要な情報を効果的に伝えることができるものであるが、3年連続で180回以上実施しており、堅調に推移している。
- 平成29年度の県政世論調査におけるクーリングオフ制度の認知度は77.1%で、平成28年度の77.8%と比較しやや低下しており、消費者トラブルに関する知識を普及させる必要がある。
- 平成29年度の県政世論調査における消費生活相談窓口の認知度は87.9%、消費生活相談窓口を全く知らない人の割合は9.7%となっており、更なる周知が必要である。
- 消費生活に関する情報提供については、数多く実施しているが、認知度の向上のためには、更に効果的な手法について検討していく必要がある。
- 消費生活を取り巻く状況の変化（悪質商法の手の巧妙化、成年年齢の引下げ等）にも対応していく必要がある。

6. 成果があったこと（改善されたこと）

- 団体（生活協同組合等）に依頼して広報誌に記事を掲載してもらい、その組合員等に対して情報発信を行った。（6団体）
- 消費者月間にチラシ等配布イベント（益田市）及びパネル展（松江市）を実施し、地域の住民に対して情報発信を行った。
- ターゲット別に、講演会などを通じて情報発信を行った（高齢者向け2回、子育て世代向け1回、若者向け1回）。
- 消費者被害の拡大のおそれのある案件について、消費者被害注意情報（平成29年度：15回）を発出し、報道にも取り上げられた。

7. まだ残っている課題（現状の何をどのように変更する必要があるのか）

①困っている「状況」

- 消費者トラブルに関する知識の普及が十分とはいえない。
- 消費生活相談窓口を知らない県民が一定程度存在する。
- 消費生活を取り巻く状況の変化に対応していく必要がある。

②困っている状況が発生している「原因」

- 多くの県民に浸透するような効果的な広報が確立できていない。

③原因を解消するための「課題」

- 関係機関と連携するなど、より効果的かつ効果的な広報を検討し、実施する必要がある。
- マスコミの広報力を有効に活用するため、訴求力のある広報を行う必要がある。
- 悪質商法の新たな手口が出現した場合には、速やかに情報発信を行う必要がある。
- 高齢者や若者など被害を受けやすい層に対する啓発を重点的に実施する必要がある。

8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方）

- 今後被害拡大が予想される案件について速やかに消費者被害注意情報を発出し、被害の拡大を防ぐ。
- 出前講座を幅広く実施するため、これまで実施することのなかった地域、団体等へのアプローチを行う。
- 警察や消費者団体、民間企業等と連携し、消費者月間イベント及び世代別講演会を実施することで広く県民に啓発を行う。
- 最近多く寄せられている相談事例を紹介した啓発資料を作成し、出前講座や各種イベント等で配布する。
- 様々な媒体を活用し、ターゲット別に効果的な情報発信を行う。（高齢者→新聞・テレビ・AMラジオ、若者→テレビ・FMラジオ・SNS）
- マスコミに取り上げてもらえるよう、広報マインドをもって資料を作成し、取材依頼を積極的に行う。

事務事業評価シート別紙(3以上の成果参考指標がある場合のみ記載)

事務事業の名称	消費者啓発推進事業
---------	-----------

成果参考指標の目標(実績)

項番	成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
3	指標名	クーリング・オフ制度を知っている人の割合	目標値	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0	%
			取組目標値						
	式・定義	認知度	実績値	75.5	77.8	77.1			%
			達成率	88.9	91.6	90.8	-	-	
4	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
5	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
6	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
7	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
8	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
9	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
10	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	